

# Investigación Convergente <sup>1</sup>



Mayra Herrera Roqueño

Instituto de Investigaciones Sociales

## Un mundo de oportunidades

Estamos en un mundo único y desafiante, que ofrece enormes retos para todos aquellos que creemos que la investigación puede ser también una pasión y una forma de vida emocionante y desafiante.

Es un mundo fascinante en el que no sólo hay que observar y entender qué sucede, sino que, además de explicar cómo se están dando las nuevas relaciones entre la tecnología y las personas, emerge un mundo que invita a ser intervenido y que no se le tome por dado.

En el entorno global y complejo que vivimos, todo está por realizarse, todo esta por ser redefinido, reinventado y por supuesto resignificado, abriendo la oportunidad de ser pioneros en todos los ámbitos.

La investigación convergente es la plataforma de investigación del IIS que explora desde hoy, la gestación de la sociedad de la ubicuidad, ofreciendo las radiografías del presente, para construir las acciones que incidirán en el futuro, a corto, mediano y largo plazos.

### Investigación convergente<sup>(1)</sup>

Desde hace un par de años, hemos estado inmersos en la exploración y estudio de las aplicaciones prácticas, que en la investigación tienen las metodologías futuristas, encontrando algunas fórmulas que sintetizan la **investigación convergente**

En enfoque se construye principalmente, a partir de cuatro modelos de investigación, que sintetizan estadios de uso, experimentación e intervención social y son: la investigación de la realidad o *reality*, la investigación interactiva, la investigación creativa y la investigación ubicua, que van sumando aprendizajes y formas de apropiación y entendimiento.

**Investigación convergente** es un modelo de investigación, con el que se rompen paradigmas, dando al proceso de indagar y sus actantes, un sentido versátil, incluyente, distinto, con retos y oportunidades paradigmáticas.

Fluyen y se reconfiguran las tecnologías digitales, el investigador y el investigado, el cliente y los creadores, los comunicadores y los medios, las formas tradicionales y las emergentes de recopilar, procesar, analizar y entregar información, la realidad y la virtualidad, la cotidianidad y los mundos por venir, es una plataforma conceptual que sintetiza y resignifica los aprendizajes y retos en los protocolos de investigación.

La convergencia en la investigación se da desde el registro descriptivo, hasta la generación de los nuevos límites en las emocionalidades, necesidades y deseos de los consumidores-usuarios-generadores emergentes, como una nueva y distinta forma de apropiación del entorno y sus ofertas.

El modelo tiene gran exactitud en las fotografías del presente, pero también, mayor amplitud en la perspectiva de tiempo y en la manera de visualizar el mediano y corto plazos, usa la convergencia interdisciplinaria y multi-enfoque para expandir sus alcances de registro, observación, análisis e interpretación de la realidad que construye el entendimiento del futuro, brindando formas de intervención eficientes, oportunas y reveladoras.

El modelo toma diferentes disciplinas para integrarlas en una red multi-convergente, en un proceso dinámico entre informantes, investigadores y clientes, en dimensiones que alternan sus formas de transmisión-recepción-decodificación con la ayuda de recursos tecnológicos. Promueve el entendimiento de las sociedades emergentes en un entorno ubicuo.

### Reality research o investigación *reality*<sup>(2)</sup>

El proceso dinámico propone por ejemplo a los informantes dentro de un contexto *reality*, en el que la naturalidad, lo cotidiano, la diversidad o la pluralidad, es observada a partir de cualquier forma de registro, que por lo general es etnográfico y tiene a un observante que participa de la dinámica. La modalidad *reality* incluye también el registro o auto registro de ciertas actividades en lugares públicos o privados, que permiten observar a los informantes, en el momento de la toma de decisión, por ejemplo: en la compra de un producto, la elección de un servicio o la preferencia en un estímulo televisivo.

La **reality research**<sup>(2)</sup> es una plataforma de investigación que permite ver fragmentos de la realidad en acción, con la mirada de investigadores participantes o registros audiovisuales. Es un primer paso, que muestra grandes *insights*, pero no llega a la profundidad de la siguiente etapa.

Ha sido el primer paso que en la investigación ha abierto la posibilidad de convergencia, ya que los clientes, tienen la oportunidad de ver «directamente» y de manera natural, cotidiana y de exposición total, a sus consumidores o audiencias.

### **Interactive research o investigación interactiva<sup>(3)</sup>**

El siguiente modelo da un paso más, abriendo al informador, la coresponsabilidad de observar su realidad, de mostrarnos a investigadores y clientes, su plataforma de decisiones, sus redes y comunidades, sus sentidos de vida. En la **interactive research** el informante tiene una participación libre y activa, mostrando desde su perspectiva la realidad que registra por medio de algún aparato digital de audio, video y fotografía.

No hay intromisión de un observador ajeno, no hay límites en lo que el informante-observador desea mostrar de su vida y de quienes le rodean. Los límites están marcados en un código ético fundado en el respeto. El informante decide si permite el uso público de lo que registra, o si únicamente es con fines de análisis.

La investigación interactiva es una plataforma de investigación que acerca a la identificación de *insights* profundos, muestra con claridad factores culturales, sociales, individuales, grupales, etcétera, en donde el informante es el que se desdobra, para observar y reportar los objetivos específicos solicitados. El informante se convierte en un experto «cotidianólogo»<sup>(4)</sup>, que además de permitir ser observado, interactúa observando y reportando.

En nuestra experiencia de más de un año con los «cotidianólogos», arrojan un conocimiento más amplio, que nos ha permitido conocer las formas de apropiación de la tecnología, las implicaciones de la movilidad y las ventajas de la formación de redes, así como el uso de medios cruzados o *cross media*.

Hoy tenemos algunos ejemplos de la convergencia en las relaciones personales y virtuales, que por ejemplo cuentan el surgimiento del romance y sus implicaciones emocionales, la pérdida de privacidad y la ganancia en el tiempo libre, o el cambio de espacio en la memoria acerca de lo que se desea recordar, así como la guerra de las formas digitales de entretenimiento.

Es una plataforma de investigación que nos arroja un entendimiento profundo de formas emergentes de relaciones, que muestran las necesidades y deseos de consumidores y audiencias con relación a las marcas, los productos y las formas de relacionarse y elegirlos.

### **Creative research o investigación creativa<sup>(5)</sup>**

La **investigación convergente** se construye también con el modelo de **creative research** en donde el principio es el empoderamiento o democratización del mercado, para que el propio informante, participe en la consecución de satisfactores a sus necesidades y sea asociado de los procesos.

La imaginación, la generación, la invención y la total responsabilidad de intervención en las marcas, productos,

comunicaciones o formas de conectividad con el entorno, hacen que los informantes, generen desde sus formas de participación, hasta las formas en la que cumplen con la consecución de objetivos.

Las reglas se acuerdan entre los clientes, los investigadores y los informantes, haciendo de la investigación creativa una de las formas más atractivas de participación-acción, en la que los medios tecnológicos, son usados como herramienta facilitadora para, no sólo registrar u observar la realidad, sino para generarla de acuerdo a los deseos.

La investigación creativa es una plataforma de investigación que permite la formación de redes y nuevos protocolos individuales y sociales, que identifican con mucha claridad los fenómenos emergentes, que marcarán las tendencias. Es una poderosa herramienta para identificar lo que dejará de ser satisfactorio a los mercados en el corto plazo y permite adentrarse en el **inner self**<sup>(6)</sup> que muestra los deseos y necesidades emergentes.

El modelo es aplicable en un entorno real o virtual, que está determinado por del objeto de estudio. Pone a prueba los límites de todos los involucrados, al tener como detonador la ruptura de paradigmas.

A partir de esta plataforma hemos encontrado la convergencia del talento en la construcción por ejemplo, de la visión de lo que serán las cualidades y formatos a los que responderán, las celebridades del futuro en los distintos ámbitos del quehacer humano.

### **Ubiquity research<sup>(7)</sup>**

La **investigación convergente** se complementa con el modelo de la **ubiquity research** que tiene como base la emergente sociedad de la ubicuidad y los principios de conectividad total.

Como modelo de investigación, y manteniendo la objetividad como principio, la orientación básica es identificar las posibles formas de relación, apropiación, significación, manipulación o control del entorno, como un imperativo que determinará el futuro de las marcas, los productos o los medios.

La investigación ubicua es una plataforma de investigación fundamentada en un entorno distinto al actual, en un ambiente ubicuo, envolvente, de inmersión, por lo que se está constituyendo como un laboratorio de futuros, en el que las reglas de convivencia y de obtención de satisfactores cambian.

El concepto de globalidad, de intervención o manipulación de los materiales, la exploración de distintas emocionalidades, es aún un reto, que apenas se está intentado explorar en sociedades que están orientadas a ser las primeras en tener realmente estos ambientes de tecnología enriquecidos.

En el modelo participan en la creación tanto emisores como receptores, a partir de ejemplos o paradigmas emergentes. Permite aislar o crear comunidades, reales o virtuales. Permite la simulación de situaciones nunca antes experimentadas, pudiendo controlar los constructores de *targets*.

Nosotros no vamos a esperar a que las sociedades de la ubicuidad surjan en la realidad, queremos estar listos con un modelo que explore y estudie esas formas que va tomando la sociedad de la ubicuidad, en la construcción de nuestra plataforma de la investigación convergente, exploramos formas emergentes de observación y entendimiento de la realidad, para estar un paso más adelante en el mercado global.

Es la base del diseño del laboratorio del IIS-digital<sup>(6)</sup>, en sus versiones fijas y móviles, que nos darán la posibilidad de intervención total, desde cualquier lugar, en cualquier momento, desde cualquier plataforma tecnológica, constituyéndose en un modelo primigenio en la industria de la investigación y en el ámbito de futuros.

En un entorno en el que un 70% de las cosas no serán como hoy las conocemos, sino distintas, ¿como cambiará la relación que los consumidores con esos productos?

Dentro de unos 15 años, cuando además de la información nutricional y legal necesaria, el empaque intente llamar nuestra atención por sobre la competencia, ¿cómo cambiará la publicidad a partir de esos empaques inteligentes?

A lo más en 20 años, cuando ya no se distingan los diferentes medios, sino que sean percibidos como una sola forma de comunicación, ¿como serán las estrategias de programación?

En los siguientes 40 años se duplicará la población del mundo, y se prevé que habrá potencialmente menos madres, debido a la opción de elección de sexo. Algunas tendencias indican que la publicidad y los medios librarán una de las batallas más importantes para no ser declarados culpables de una de las enfermedades emergentes más importantes del siglo; la obesidad infantil, o sabemos ya que el gran reto será combatir las nuevas enfermedades asociadas al aburrimiento, ¿serán necesarios programas de salud o programas de algún tipo en algún medio?

Tenemos frente a nosotros un entorno fascinante, que es posible visualizar gracias a las metodologías, a las plataformas de investigación que emergen como una especialidad esencial en todos los ámbitos en los que, para tomar decisiones, es necesario tener además de la mejor información del momento, la visión alternativa que amplía la mirada hacia la previsión y la construcción.

La **investigación convergente** es un modelo de investigación que explora con precisión lo que hoy sucede

y permite al mismo tiempo, prever o adelantar algunas posibles implicaciones y consecuencias, dando elementos de información acordes los tiempos de oportunidades que vivimos. Sabemos que el futuro llegará con nuestra participación o sin ella, así que nuestra decisión es ser parte de la construcción y no ser simples observadores.

## Nota

La investigación convergente es una plataforma de investigación primigenia desarrollada por el Instituto de Investigaciones Sociales, S.C. DR06.

El Instituto forma parte del capítulo Mexicano del World Future Society.

Participamos en el proyecto Milenio de las Naciones Unidas y en algunos otros esfuerzos relacionados al futuro del mundo y a sus capítulos latinoamericanos.

Los siguientes conceptos son propiedad intelectual del Instituto de Investigaciones Sociales SC. DR06 por lo que cualquier reproducción del término o modelo debe incluir la cita textual del mismo.

## Referencias

(1) INVESTIGACIÓN CONVERGENTE IC-IIS DR 06

(2) REAL-RSRCH-ISS DR 06

(3) I-RSRCH-IIS DR 06

(4) Cotidianólogo término utilizado en el Instituto de Investigaciones Sociales S C DR 06 para identificar a los ETNOGRAFOS DIGITALES DR 06, técnica de investigación utilizada por nuestros reporteros digitales.

(5) K-RSRCH-IIS DR 06

(6) INNER SELF término que forma parte del TRENDIISDR06 estudio sindicado de tendencias emergentes que indagan las implicaciones en las pautas de consumo, es producto de análisis de tendencias observadas a partir de la data de la World Future Society, Wshington. D.C. que debe ser citada como fuente primaria.

(7) UBQ-RSRCH-IIS DR 06 (7)

(8) IIS DIGITAL DR 06 Filial del Instituto de Investigaciones Sociales S.C. DR 06